

3. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М., 2005.
4. Тоффлер Э. Третья волна. М., 2010.
5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2004.
6. Коломиец В.П. Философия коммуникативного пространства: расширяя Галактику. М., 2012.
7. Кострыкина Н. Рубрика в социальной сети ВКонтакте. Визуальнюс от Натальи Кострыкиной.

**УДК 070**

**И. Куваджима**

*Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
г. Казань, Россия-Япония*

© И. Куваджима

## **РОСТ ИНТЕРЕСА К АВТОРСКИМ ФОТО-КНИГАМ НА ЕВРОПЕЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ РЫНКАХ**

*Аннотация:* в статье рассматривается рост интереса к авторским книгам и изменения в формах фото-книг.

*Ключевые слова:* фото-книга, самоиздание, книга художников, изобразительное искусство, photobook, издательский бизнес.

*Abstract:* the article discusses the growth of interest in the author's books and changes in the forms of books of photographs.

*Keywords:* photo book, book artists, fine art, publishing.

В последние годы наблюдается рост интереса к авторским фото-книгам на западе, несмотря на то, что издательский бизнес до сих пор находится в состоянии упадка. Стоит отметить, что в этой статье термин «фото-бук» или фотокнига обозначает авторскую книгу с художественными и документальными фотографиями. Такая книга часто обозначается на английском языке одним словом: "photobook". А обычный современный семейный или свадебный фотоальбом иногда называют "photo book" (фото книга), но мы относим такие книги к изданиям другого вида, и рассматривать не будем.

Веб-платформы, позволяющие любительским и коммерческим фотографам быстро верстать и печатать фотоальбомы, приобрели популярность, что привело к массовой печати таких фотоальбомов/"фото книг" ежедневно, но в отличие от фотокниг/photobook, та-

кие книги обычно имеют одинаковую форму и печатаются для себя или близких людей, а не для покупателей или коллекционеров.

В феврале 2015 года в The Financial Times вышла статья «Почему Фото-книги растут в эпоху цифровых технологий?». В этой статье рассказывается о том, как интерес к фотокнигам растет в последние годы в Европе и в Америке, благодаря развитию цифровых технологий, которые теперь позволяют маленьким издательствам и фотографам верстать и печатать фотокниги за небольшие деньги. Социальные сети тоже помогают им продавать фотокниги непосредственно. При этом все больше и больше маленькие издательства и мероприятия, связанные с фотокнигами, появляются в Европе и Америке. Некоторые фотографы сами верстают, печатают и руками создают несколько десятков экземпляров фотокниг и продают через интернет или в фестивалях. А некоторые книжные магазины открывают секции специально для фотокниги и сотрудничают с фотографами, периодически организовывая презентации их фотокниг или мастер-классы. Впоследствии в некоторых европейских городах появлялись небольшие сообщества любителей/фанатов фотокниг, которые периодически покупают фотокниги и пишут про фотокниги в блогах и социальных сетях [1].

Несмотря на заметный рост интереса к фотокнигам некоторые состоятельные издатели относятся к этому с сомнением. В статье, которая вышла в Тайм Магазине в июне 2015 года, известный английский издатель Деви Луис говорил, что производство в индустрии фотокниг действительно растет, но проблема в том, что, по большому счету, индустрия фотокниг пока не обеспечивает достаточное количество прибыли как бизнес, который позволяет издателям и фотографам кормить себя в долгосрочном плане. Луис и Шилт, знаменитые немецкие издатели, говорили, что в основном собирают деньги для издания фотокниг из грантов или самофинансирования авторов (фотографов), которые готовы платить 20000–25000 долларов. По словам Луис, рынок стал так фрагментирован, что средним и большим издательствам стало сложнее заниматься бизнесом. Кроме того, все больше появляется изящных и креативных в плане дизайна фотокниг, но это не всегда приветствуется такими издательствами как у него, потому что расход на производство таких книг очень высок и, если такая тенденция будет продолжаться, то это может повысить расход на производство фотокниг и оказать неблагоприятное экономическое влияние на индустрию в будущем [2].

Однако из-за появления большого числа маленьких издательств и фотографов/художников, которые занимаются созданием книг, популярность приобретают авангард-фотокниги. Бруно Сешел, создатель Self Publish, Be Happy – знаменитой английской организации, которая изучает, собирает и поддерживает фотокниги, изданные самим фотографом/художником, говорил в статье в Тайм Магазине, что авторам важно освободиться от старых представлений о том, что такое фотокнига, и создать что-то принципиально новое [3].

В последние годы также наблюдается тенденция слияния фотокниг и книг художников (artist book). Изначально разница между этими двумя видами книг с изображениями носит абстрактный характер. А Жозе Луис Невес, докторант, специализирующийся на истории фотокниг, говорил в одном из своих интервью, что в фотокниге книга функционирует «как средство показа её содержания», то есть средство показа самих фотографий, а «в книге художников медиумом является сама форма книги», «то есть книга в целом как произведение искусства». Но он добавляет, что граница между ними всегда не очень ясна [4].

Судя по росту креативных фотокниг и комментариям Жозе Луис Невеса, сейчас эта граница становится еще более абстрактной и изменения происходят быстрыми темпами не только в индустрии фотокниг, но и касаются самоидентичности [4].

#### *Литература:*

1. Почему фото-книги растут в эпоху цифровых технологий?// The Financial Times – 27.02.2015 – режим доступа: <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/belfd978-bceb-11e4-a917-00144feab7de.html#slide11>

2. Почему это не Золотая эпоха для фото-книги// TIMELightbox – 02.06.2015 – режим доступа: <http://time.com/3903894/why-this-is-not-the-golden-age-for-photobooks/>

3. Манифест для самоиздания собственных фото-книг// TIMELightbox – 21.09.2015 – режим доступа: <http://time.com/4040880/guide-self-publish-photobook/>

4. Интервью: Жозе Луис Невес// PhotoBookBristol – 2015 – режим доступа: <http://www.photobookbristol.com/>